

Т.В. Романчик,
старший викладач кафедри менеджменту та військового господарства
Академії внутрішніх військ МВС України,
М. Харків, Україна

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОБГРУНТУВАННЯ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні промисловим підприємствам недостатньо тільки успішно виконувати окремі проекти, підтримуючи їх ринкову конкурентоспроможність. Товаровиробники повинні грамотно обирати ти з напрямків діяльності, які потребують особливої уваги.

Управління конкурентоспроможністю продукції потребує витрачання додаткових фінансових засобів виробника. Підприємство не в змозі одночасно інвестувати вдосконалення всіх власних проектів. Виникає питання вибору проектів, інвестування яких для підприємства є більш доцільним. Товаровиробник опиняється в ситуації, коли йому необхідно обрати пріоритетні виробничі проекти, які відповідають напрямкам його стратегічного розвитку. У внутрішньому середовищі підприємства при цьому виникає суперництво між окремими проектами за право пріоритетного розвитку. Тому для характеристики окремих продуктів підприємства у внутрішньому середовищі доцільно ввести поняття внутрішньої конкурентоспроможності. Внутрішню конкурентоспроможність можна визначити як результат ринкової боротьби між продуктами підприємства з метою отримання заздалегідь визначених вигід виробника шляхом посилення мотиваційного механізму споживача. Вигодами при цьому можна вважати досягнення визначеної прибутковості діяльності, підвищення рентабельності виробництва, зміцнення позиції на ринку, підвищення іміджу і т. ін. Запропоноване поняття суттєво розширює межі конкурентної боротьби, вказує на джерело її формування та дозволяє приймати обґрунтовані рішення відносно розвитку кожного виробу підприємства.

Показник внутрішньої конкурентоспроможності можна розглядати як додатковий інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства. Ґрунтуючись на дослідженні продукту у ринковому середовищі, він підвищує об'єктивність вибору напрямку інвестування розвитку окремих проектів підприємства. Тому вибір підприємством виробів - претендентів на вдосконалення повинен здійснюватися на основі співставлення оцінок внутрішньої конкурентоспроможності та конкурентоспроможності товарів на ринку.

Процес управління продуктом за даною моделлю починається з розрахунку рівня його ринкової конкурентоспроможності.

Другим етапом управління продуктом є визначення його внутрішньої конкурентоспроможності. Важливим етапом розрахунку значення внутрішньої конкурентоспроможності є складання обґрунтованого переліку чинників, що слід врахувати. Розраховуючи внутрішню конкурентоспроможність певного продукту, її доцільно оцінювати за чинниками, що визначають привабливість виробництва продукту для підприємства, оцінюючи його потенційний корисний ефект.

Остаточне рішення відносно доцільності вдосконалення того чи іншого виробу повинно ґрунтуватися на співставленні показників, які характеризують ступінь привабливості товару на ринку (ринкову конкурентоспроможність), а також ступінь вигідності розвитку виробництва даного продукту для товаровиробника (внутрішню конкурентоспроможність виробу).

Співставлення оцінки внутрішньої конкурентоспроможності продукції та її конкурентоздатності у ринковому середовищі дає можливість прийняти обґрунтоване рішення стосовно доцільності фінансування окремих проектів підприємства з метою покращення ринкових позицій відповідних продуктів.

Запропонований методичний підхід збалансованої комплексної оцінки конкурентоспроможності продукції дозволяє визначити з використанням сучасних методів аналізу найбільш значущі проекти підприємства, які доцільно обрати при розрахунку стратегії підприємства на покращення продукту.